

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang dimana data penelitian berupa angka-angka dan dianalisis menggunakan statistik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey*. Penelitian *survey* adalah penelitian yang terjadi pada masa lampau atau saat ini tentang keyakinan, pendapatan, karakteristik, perilaku, hubungan variabel sosiologis dan psikologis dari sampel (Sugiono 2019:36). Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai hal yang akan diteliti kepada sejumlah responden yang dianggap mewakili suatu populasi.

3.2. Objek dan Sumber Data Penelitian

Objek penelitian merupakan sesuatu yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, objek penelitian ini menjadi sasaran dalam penelitian untuk mendapatkan jawaban maupun solusi dari permasalahan yang terjadi. Menurut Sugiyono (2014 : 20) Objek penelitian ini merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, reliabel tentu suatu hal (variabel tertentu). Maka objek dalam penelitian ini adalah produk brand Erigo pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang.

Sumber data penelitian

3.2.1. Primer

Data primer yaitu data yang didapat secara langsung oleh objek yang diteliti. Data primer dibuat dan dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan dari penelitian tersebut. Data dikumpulkan langsung oleh peneliti dari objek penelitian yang dilakukan. Data primer didapat dari kuesioner. Pada penelitian yang dilakukan ini menjadikan produk erigo pada mahasiswa STIE Malangkecewara Malang, sebagai sumber data primer.

3.2.2. Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh pihak kedua, baik berupa data kuantitatif dan kualitatif. Data sekunder juga bisa berupa jurnal, hasil wawancara dan sebagainya.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2008:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang menjadi pokok sumber yang akan di teliti kemudian di tarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Malangkecewara Malang.

3.3.2. Sampel

Menurut Siregar (2015) sampel merupakan cara pengambilan/pengumpulan data, dimana data yang digunakan hanya beberapa bagian dari populasi juga disertai dengan aspek-aspek yang mendukung sampel yang digunakan. Dalam penelitian ini, menggunakan rumus slovin yang dibantu menggunakan program Microsoft Excel 2010, berikut perhitungan rumus slovin (2007) yang digunakan pada sampel penelitian: metode pengambilan sampel menggunakan porpositive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria responden dari mahasiswa STIE Malangkecewara Malang angkatan tahun 2022 yang sedang atau pernah menggunakan Brand Erigo. Dalam penentuan sampel suatu populasi, penelitian menggunakan rumus slovin untuk mempersempit lingkup sampel.

Perhitungan

$$n = N / (1 + N e^2)$$

$$n = 100 / (1 + 100 \times 0,05^2)$$

$$n = 80 \text{ (sampel penelitian)}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan (5% atau 0,05)

Berdasarkan pernyataan diatas dan kondisi saat ini sampel yang akan di teliti sebanyak 80.

3.4. Sumber Data Penelitian

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian berasal dari responden mahasiswa STIE Malangkececwara Malang.

3.5. Variabel Operasionalisasi dan Pengukuran

Pada penelitian ini variabel-variabel yang di teliti adalah:

- a. Variabel Bebas
 - Kualitas Produk (X1)
 - Harga (X2)
 - Citra merek (X3)
- b. Variabel Tetap
 - Keputusan pembelian (Y)

Pada penelitian ini menggunakan skala Likert lima poin untuk mengukur jawaban responden. Pengukuran skala ini mulai dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Tabel 3.1

Tabel Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator
1.	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah salah satu faktor yang dapat	1. Perbaikan produk yang Performance

		mempengaruhi adanya keputusan pembelian, dimana penjual produk menghasilkan kualitas produk yang berkualitas bagus dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku, hal ini akan meningkatkan reputasi penjual produk dengan sendirinya, maka penjual akan mendapatkan predikat yang baik dimata pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 2. Range and type of Features 3. Reability atau Durability 4. Sensory Characteristic 5. Ethical Profile and Image <p>(Asman Nasir, 2021)</p>
2.	Harga (X2)	Harga adalah nilai uang yang harus dibayar oleh konsumen kepada penjual barang atau jasa yang dibelinya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan maanfaat 5. harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan <p>(Indrasari, 2019:42)</p>
3.	Citra Merek (X3)	Citra merek atau <i>brand image</i> adalah kesan atau persepsi konsumen terhadap suatu merek, yang mana informasinya bisa diperoleh dari pengalaman langsung menggunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengakuan 2. Nama baik 3. Ketertarikan <p>Kotler dan Keller (2016)</p>

		produk dari merek tersebut atau secara tidak langsung melalui mendengar, melihat atau mempelajarinya.	
4.	Keputusan pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan konsumen.	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi Alternatif 4. Kebutuhan Pembeli 5. Perilaku Pasca Pembeli (Kotler dan Keller 2016:235)

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yaitu daftar pernyataan yang disusun secara tertulis yang bertujuan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban para responden. Penelitian ini kemudian diolah sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini. Alasan penelitian menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data karna berhubungan dengan jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif yang lebih menekankan kepada penguji teori melalui pengukuran variabel penelitian menggunakan angka-angka dan melakukan analisis dengan prosedur statistik.

Variabel jenis instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuesioner yang akan disebarakan kepada mahasiswa STIE Malangkececwara malang yang menggunakan Brand Erigo. Data yang didapat dari perhitungan data ini akan dibantu dengan program *Statistical Program for Social Science (SPSS)*.

3.7. Metode Analisis

Pada penelitian kali ini penulis bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka penulis menggunakan tahapan analisis yaitu:

3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif

Sugiyono (2017:35) mendefenisikan analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan variabel mandiri, baik hanya dari satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas) tanpa membuat perbandingan variabel itu sendiri dan mencari hubungan dengan variabel lain. Analisis deskriptif ditunjukan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan data dan variabel independen berupa bauran pemasaran. Analisa statistik deskriptif merupakan teknik analisis data untuk menjelaskan data secara umum atau generalisasi, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi (*standar deviation*) (Sugiyono, 2017;147).

3.7.2. Uji Validitas

Ghazali (2011) menyatakan uji validitas adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur sah/valid tidaknya suatu kuesioner, dalam penelitian ini, metode validitas yang digunakan adalah construct validity atau validitas kontrak yang merupakan tipe validitas yang mempertanyakan apakah kontrak atau karakteristik dapat diukur secara akurat oleh indikator-indikatornya. Dimana daftar kuesioner yang telah diisi oleh responden dan diuji hasilnya guna menunjukkan valid tidaknya suatu data. Bila valid, ketetapan pengukuran data tersebut akan semakin tepat alat ukur tersebut. Dalam penelitian ini ada dua cara untuk memutuskan valid atau tidaknya suatu data, yaitu

Pertama, menggunakan analisi Bivariate Pearson (kolerasi produk moment pearson), analisi ini digunakan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total mmenunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikasi 0.05. kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

a. jika r hitung $>$ t tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dianggap valid).

b. jika r hitung $<$ t tabel (uji 2 sisi dengan signifikansi 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dianggap valid).

Nilai df adalah degree of freedom ($v = n-2$) dengan n adalah banyaknya pengamatan. Nilai t tabel adalah nilai t (α, v) yang merupakan nilai kuantitatif dengan luasan kanan sebesar α di bawah kurva distribusi student $-t$ dengan $v = n-2$.

Kedua, pengambilan keputusan berdasarkan nilai P value atau signifikansi < 0.05 maka item atau pertanyaan tersebut valid dan sebaiknya (Ghozali, 2016).

3.7.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel (Ghozali, 2013). Menurut Anwar (1997) reliabilitas adalah sejauh mana hasil sebuah pengukuran dapat dipercaya dan dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda, apabila dilakukan kembali kepada subjek yang sama. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan mode internal consistency reliability atau reliabilitas konsisten internal, yaitu suatu pendekatan untuk menaksirkan konsistensi internal dari kumpulan item atau indikator dimana beberapa item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total untuk skala. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan mengukur skala (one shot), dimana pengukuran variabelnya hanya dilakukan sekali kemudian hasil dibandingkan dengan pertanyaan lain untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan.

Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Sugiyono, 2014). Uji reliabilitas instrumen dapat dilihat dari besarnya nilai cronbach alpha pada masing-masing variabel. Cronbach alpha digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji konsistensi responden dan merespon seluruh item. Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan reliabel jika memiliki cronbach alpha lebih besar dari 0,60 (Imam Ghozali, 2005). Ketidakkonsistenan mungkin dapat terjadi karena persepsi responden atau kurang pahaman responden dalam menjawab item-item pertanyaan.

3.7.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dalam penelitian ini mencakup:

3.7.4.1 Uji Normalitas

Uji normalisasi bertujuan untuk menguji apakah nilai residual dalam model regresi berdistribusikan normal atau tidak normal (Ghozali, 2011:160). Model distribusi data yang baik adalah penyebaran data statistic yang beraturan pada garis diagonal dari grafik distribusi normal atau dengan melihat signifikansi $> 0,05$. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji histogram, uji normal P plot, kurtosis atau uji kolmogorov smirnov. One Sample Kolmogorov Smirnov yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0.05 maka data distribusi normal. Sedangkan jika hasil One Simple Kolmogorov Smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0,05 maka data tidak terdistribusi normal.

3.7.4.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah regresi terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali,2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi dapat dilihat dari (1) nilai tolerance dan lawannya variance inflation factor (VIF). Nilai cutoff yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai tolerance ≥ 10 atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 .

3.7.4.3. Uji Autokolerasi

Menurut Imam Ghozali (2011:110). Uji autokolerasi bertujuan untuk apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu yang berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena “gangguan” pada seorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu atau kelompok yang sama pada periode sebelumnya. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi.

1) Uji Durbin-Watson (DW test) hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (first order autocorrelation) dan mensyaratkan adanya intercept (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

2) Uji Lagrange Multiplier (LM test) digunakan untuk sampel besar diatas 100 observasi. Uji ini memang lebih tepat digunakan dibandingkan uji DW terutama bila sampel yang digunakan relative besar dan derajat autokorelasi lebih dari satu.

3.7.4.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tepat, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heteroskedastisitas kerana data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang, besar) (Ghozali,2011)

Cara mengalisis heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatter plot dimana;

a. jika penyebaran data pada scatter plot teratur dan membentuk pola tertentu (naik turun, dan mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan terjadi problem heteroskedastisitas.

b. jika penyebaran data pada scatter plot tidak teratur atau tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu) maka dapat disimpulkan tidak terjadi problem heteroskedastisitas.

3.7.5. Uji Korelasi (R) dan Uji Determinasi (R²)

Uji korelasi berganda digunakan untuk menguji keeratan hubungan variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Berikut ini tabel perhitungan korelasi berganda dengan menggunakan dengan program statistic SPSS. Ghozali (2013) koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan modal dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R²) antar 0 (nol) dan 1 (satu).

Perhitungan Analisis Korelasi berganda (R) dinyatakan dengan nilai koefisien korelasi berganda atau nilai R. Koefisien Korelasi Berganda (R) menunjukkan keeratan

hubungan antara variabel bebas secara serentak (simultan) terhadap variabel terikat. Perhitungan Analisis Determinan (R²) dinyatakan dengan nilai koefisien determinan atau nilai R² atau nilai R Square. Koefisien determinasi (R²) menunjukkan seberapa jauh kemampuan modal dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai R² atau nilai R Square dapat melihat besaran kontribusi atau andil sumbangan seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

3.7.6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan regresi linier dengan menggunakan sebuah variabel terikat (Y) dihubungkan dengan dua atau lebih variabel bebas (X₁, X₂, X₃) persamaan dari regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

Y = keputusan pembelian

A = bilangan konstanta

B = koefisien regresi

X₁ = kualitas produk

X₂ = harga

X₃ = citra merek

Menurut Agus Widarjono (2010:16) ada dua pendekatan di dalam mengestimasi persamaan regresi berganda, yaitu:

1. secara menyeluruh (simultan). Metode ini dilakukan dengan memasukan semua variabel independen mana yang berpengaruh (signifikan) terhadap variabel dependen.
2. secara bertahap (stepwise). Metode ini dilakukan dengan menyeleksi secara otomatis hanya dengan variabel-variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.7.7. Uji Statistik

3.7.7.1. Uji t

Uji statistik t menurut Ghozali (2013) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerapkan variasi variabel dependen.

3.7.7.2. Uji F

Priyanto (2018) uji statistik F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah modal regresi dapat digunakan memprediksi variabel dependen atau variabel independen tidak secara